

实用企业情报信息学

邹荫生

主编

王明明

陈志宏

副主编

劳动人事出版社

实用企业情报信息学

主 编 邹荫生
副主编 王明明 陈志宏

劳动人事出版社

内 容 简 介

本书详细阐述了企业情报信息的来源、搜集、检索、分析研究、企业情报信息机构的组织和建设等方面的知识，系统地介绍了企业管理决策、新产品开发、产品销售、法律、法规、公共关系等情报信息利用的方法。内容新颖、实用，既适合全国大、中、小型企业（包括乡镇企业）和科研、设计、咨询等单位的广大管理干部、科技人员、经销人员、情报信息人员作为搜集、查找、利用市场信息、管理信息、法规信息、科技信息的工具书，又可作为高等院校各专业学生的情报学、文献学课程的教材或参考书。

实用企业情报信息学

主 编 邹荫生

副主编 王明明 陈志宏

责任编辑 董 玮

劳动人事出版社出版

（北京市和平里中街12号）

北京北苑印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

787×1092毫米 32开本 8.625印张 192千字

1989年12月北京第1版 1989年12月北京第1次印刷

印数，5000册

ISBN 7-5045-0426-2/G·058 定价：3.95元

前 言

企业情报信息是各类企业的灵魂，企业情报信息工作是企业发展的重要支柱。掌握有关企业情报信息的来源、搜集、检索、分析研究、利用等方面的知识和方法是从事企业工作的广大管理干部、工程技术人员、经销人员、图书情报信息人员必须掌握的基本功。

实用企业情报信息学是在我国经济体制改革和情报教育事业深入发展的形势下产生的一门面向社会、面向企业，理论与实践紧密结合的新学科。本书受全国化工院校情报教育研究会的委托，由武汉化工学院、北京化工学院、青岛化工学院、太原工业大学、郑州工学院、华东化工学院、南京化工学院、吉林化工学院、北京化纤学院、武汉钢铁学院等十所院校情报学、文献学课教师联合编写而成。

本书第一、第四章由邹荫生编写；第二章由邹荫生、杨永厚编写；第三章由陈志宏、李亚力编写；第五章由刘志刚编写；第六章由张春华编写；第七章由董川远、赵德普编写；第八章由王守全编写；第九章由梁儒编写；第十章由王明明编写；第十一章由孙济庆编写；第十二章由王均林、吴志宏编写。全书由武汉化工学院邹荫生统稿。

由于编著者的水平所限，书中如有疏漏、错误之处，敬请广大读者指正。

编 著 者

1989年3月

目 录

第一章 企业与情报信息.....	(1)
第一节 情报信息若干基本概念.....	(1)
第二节 企业活动与情报信息的作用.....	(8)
第三节 企业情报信息工作的特点与内容.....	(14)
第二章 企业情报信息的来源.....	(18)
第一节 情报信息源的概念及其评价.....	(18)
第二节 文献情报信息源.....	(20)
第三节 非文献情报信息源.....	(24)
第四节 企业的情报信息渠道.....	(29)
第三章 企业情报信息的搜集.....	(32)
第一节 企业情报信息的搜集原则.....	(32)
第二节 企业情报信息的搜集内容.....	(36)
第三节 企业情报信息搜集的调研.....	(41)
第四节 企业情报信息的搜集方法.....	(43)
第四章 企业情报信息的检索.....	(51)
第一节 情报信息检索的途径、方法和步骤	(51)
第二节 科技情报信息的检索.....	(55)
第三节 经济情报信息的检索.....	(76)
第四节 管理情报信息的检索.....	(92)
第五章 企业情报信息的分析研究.....	(99)
第一节 企业情报信息分析研究方法概述.....	(99)

第二节	企业情报信息分析研究方法的 应用.....	(102)
第六章	管理决策与情报信息利用.....	(121)
第一节	概述.....	(121)
第二节	决策类型、决策体制、决策程序.....	(125)
第三节	科学决策对情报信息的要求.....	(133)
第四节	决策中的信息反馈.....	(137)
第七章	新产品开发与情报信息利用.....	(145)
第一节	新产品开发的概念和主要方式.....	(145)
第二节	情报信息对于新产品开发的作用.....	(147)
第三节	新产品开发的主要阶段与情报信息 利用.....	(149)
第四节	新产品开发中的几个重要情报信 息.....	(152)
第五节	科学技术进步情报信息的监视与新 产品的开发.....	(159)
第八章	技术引进与情报信息利用.....	(162)
第一节	概述.....	(163)
第二节	技术引进中情报信息的搜集.....	(165)
第三节	技术引进中情报信息的利用.....	(169)
第九章	产品销售与情报信息利用.....	(176)
第一节	树立社会主义商品经济的销售观点	(176)
第二节	销售情报系统及其功能.....	(179)
第三节	利用情报信息促进产品销售的策略	(185)
第四节	情报信息利用与产品销售术.....	(190)

第五节	销售服务——情报信息——产品销 售.....	(195)
第十章	企业与法律、法规情报信息利用.....	(198)
第一节	我国的立法机构.....	(199)
第二节	法律、法规情报信息源.....	(202)
第三节	法律、法规文献情报的检索.....	(210)
第四节	企业与法律机构.....	(213)
第五节	法律、法规情报信息的利用.....	(215)
第十一章	企业公共关系与情报信息利用.....	(220)
第一节	公共关系在企业情报信息传播中的 地位与作用.....	(220)
第二节	企业公关情报信息的搜集与传播方 式.....	(227)
第三节	企业公共关系活动中的情报信息利 用.....	(237)
第十二章	企业情报信息机构的组织与建设.....	(242)
第一节	企业应有自己的情报信息机构.....	(242)
第二节	企业情报信息机构的特点和任务.....	(245)
第三节	企业情报信息机构的组织和结构优 化.....	(249)
第四节	计算机信息系统的模式选择.....	(259)
第五节	企业情报素质的组成及其提高.....	(263)
主要参考文献		(268)

第一章 企业与情报信息

第一节 情报信息若干基本概念

一、信息

信息、材料（物质）、能源（能量）被认为是现代社会、经济发展的三大支柱。

没有物质，就没有我们生活的世界，没有能源，世界就将死亡。没有信息，物质和能源只能形成一个混混沌沌、纷乱庞杂的空间。

在人类社会诞生以后，信息存在于自然界，也存在于人类社会，信息来自物质领域，也来自精神领域。

关于信息的定义，目前学术界尚在讨论之中，还没有形成统一的概念。

我们可以对信息的概念作广义和狭义的理解。广义的信息概念，指的是发生源发出的各种信号和消息被吸收体所理解和接收，这些信号和消息及其所揭示的内容统称为信息。它包括各种情报、消息、数据、指令、报告等，一般通过声音、语言、文字、图象、符号等各种形式表现出来。狭义的信息概念，指的是经过加工整理后对于接受者具有某种使用价值的那些数据、消息、情报的总称。所以从狭义的信息概念出发，并非接收者接收任何消息、资料都是信息，而只有这些消息、资料能够满足接收者某种特殊需要，具有一定使用价值的消息才是信息。

信息并不神秘，信息现象是日常生活中的常见现象，大到宇宙空间，小到微观世界都在不断地发出信息，传递信息。例如，星光灿烂是宇宙天体存在和变化的信息，雷鸣电闪是暴风雨即将降临的信息，蜜蜂采蜜时的舞蹈动作是向伙伴传递蜜源的方向和距离的信息，地震之前的鸡飞狗跳是地壳变化的信息。

每个人在一天的工作生活中一时一刻也离不开信息。闹钟的铃声，收音机的广播，电视节目，商店门口的广告，马路上的灯光信号，桌子上的报纸、报表，同事打来的电报，电话……，都给你带来了各种信息。

读一本杂志，看一封信，听一次报告，出一次差，参加一次会议……，信息就会不知不觉地传递到你的脑子里。

如果你是一个企业管理人员，你每天都要接触到大量的计划表、调度表、材料单、工序加工单、帐本和统计报表，并以此来指挥生产，这些表格、单据就是信息。

世界上时时、事事、处处都在发出信息，传递信息，我们每个人都生活在信息的海洋里。

信息一般可分为自然信息、生物信息、机器信息、人类信息这四大类。湖光山色是自然信息，细胞染色体的脱氧核糖核酸含有的遗传密码，就是生物信息。机器信息在电子计算机中是指0与1的二进制代码、脉冲信号、机器语言；而在电讯系统中是指代码、代号、电流或电磁波信号。语言与程序设计语言是人类信息，人类通过它们表达思想，传递知识。

信息的要素有两个，一是差异，信息的意义就在于差异，一个信息与另一个信息间存在差异，如果没有差异，就不成为信息。二是传递，如果没有传递这个要素，也就不成为

信息。

信息作为社会共享的人类一切知识以及从客观现象提炼出来的各种消息的总和，它有十大特性：

1. 共享性。可以很多人共同享用。
2. 普遍性。在宇宙中是普遍存在的。
3. 无限性。在整个宇宙的时空中，无限地产生和发展。
4. 开发性。它给人以新的知识，促进科学技术和经济的成长与发展。它是具有开发性的、可再生的永远不会耗竭的最宝贵的资源。
5. 时效性。信息的功能、作用、效益都是随时间而改变的。信息用户对信息的需求，有着强烈的时间性。
6. 转移性。信息可以在时间上或空间上从一点转移到另一点。
7. 相对性。对于同一个观察对象，不同的观察者可能获得不同的信息。
8. 代替性。信息能替代资金、劳力和材料，利用信息可收到很好的经济效益。
9. 压缩性。人们得到信息后，往往要进行加工、整理、概括、归纳，使信息更加可靠和精炼。
10. 扩充性。随着时间的推移，大部分信息将不断得到扩充。

再谈什么叫情报？据粗略统计，目前国内外有关情报的定义多达40多种。下面列举一些有代表性的说法。

“情报就是有用的数据或被认为有用的数据。”

“情报是人与人之间传播着的一切符号系列化的知识。”

“情报就是一种信息。”

“情报是指含有最新知识的信息。”

“情报是传播中的知识。”

“被理解了的信息是情报。”

“情报是通往未来的桥梁。”

“情报是意志、决策、部署、规划、行动所需要的知识和智慧。”

“情报就是情况的报导。”等等。

现在比较多的人，比较同意钱学森同志对情报所下的定义：

“情报是激活了、活化了的知识。”情报是知识的一部分，也是人类社会中的一种最重要的信息。

情报具有三种基本属性：

知识性。人们通过读书、阅报、看电视、听广播、参加各种会议、外出参观考察等活动，都可以吸收到某种新知识，这些经过传递而又为人所吸收的知识，就是人们所需要的情报。所以，情报的本质就是知识。知识性是情报最主要的属性。

传递性。情报的传递性具有两层含意，一方面是指情报可以通过一定的物质载体进行传递；另一方面则是指获得情报必须经过传递。社会通讯技术的不断进步和日趋完善，情报服务的不断发展，都是为了改善情报的传递，以满足社会发展对情报的迫切需要。

效用性。凡是情报均有一定效用性，都具有改变人们原有知识结构的功能。情报的效用性表现为启迪思想，开阔眼界，增长知识，改变人们的原有知识结构，提高人们的认识能力，帮助人们去认识和改造世界。

知识是人类通过信息对自然界、人类社会以及思维方式

与运动规律的认识和掌握，是人的大脑通过思维重新组合的系统化的信息的集合。人类通过信息感知世界、认识世界和改造世界，而且根据所获得的信息组成知识。

信息、知识和情报三者之间的关系可用三个同心圆来表示：外圈是信息，中圈是知识，内圈是情报。知识和情报都属于信息这个大范畴，情报又属于知识的范畴，因此情报既具有信息性，又具有知识性。

情报是一种社会信息。情报与信息在社会范围内是意义重合的两个概念，包括人类社会所使用的各种资料、数据、文献、信号、符号、指令等等。本书主要阐述有关企业活动对信息的搜集、检索、开发和利用。所以我们主要使用“信息”这一概念，有时也交替使用“情报”、“情报信息”的概念，希望不至引起读者误会。

二、信息的分类

可以从各种不同角度对信息进行分类。通常可将信息划分为下列几种类型：

1. 按照存在领域信息可以分为自然信息、生物信息、机器信息、人类信息（或称社会信息）。

2. 按照加工的程度可分为零次信息、一次信息、二次信息、三次信息。零次信息，即尚未经过报导的事件和活动本身，也就是通常所说的“活情报”，如商品交易会上的洽谈，顾客在百货公司挑选商品的动态等。一次信息，即初次发表的文献，如期刊论文、会议文献等。二次信息，即在一次信息的基础上加工整理出来的信息，如文摘、题录、索引等，它是查找一次信息的工具。三次信息，是通过在一、二次信息所提供的内容进行分析研究、综合加工而编写出来的文献资料，如综述、述评、年鉴、手册等。

3. 按照信息的内容分为政治信息、经济信息、军事信息、科技信息、企业信息、管理信息等。

4. 按照信息的载体分为文字型信息,如油印、石印、铅印的文献资料;实物型信息,如样品、样机;直感型信息,如录音、幻灯、电影、电视、电话、录像、讲演、绘画、图片。

5. 按照国民经济部门可以分为工业信息、农业信息、商业信息、交通运输业信息。

6. 根据信息的流通范围分为公开信息、内部信息、保密信息。

7. 根据信息产生的地点分为国内信息、国外信息、单位外部信息、单位内部信息。

8. 按照组织形式可以分为正式信息、非正式信息。正式信息,即按照规定的形式和内容、数量、质量、期限等要求提供,经一定的组织系统传递的信息。非正式信息,即完全地或部分地不按照上述规定,通常是靠偶然机会得到的信息。

9. 按管理过程分为决策信息、反馈信息、控制信息。决策信息,即由决策者或决策机关发出的、要求下级执行的指令性信息。反馈信息,即由执行者或执行机关发出的、向上级回授的关于执行情况的信息。控制信息,即管理者根据反馈信息所制定的,旨在纠正执行结果与决策目标偏离的信息。

10. 按照管理部门可以分为计划信息、生产信息、质量信息、销售信息。

11. 按照对于时间变化的相对稳定性可以分为固定信息、流动信息。固定信息,即在较长时间内不发生重大变化,可以重复使用的信息。企业的固定信息有四种:

(1) 标准信息。如物资消耗定额、劳动定额、产品质量标准。

(2) 计划信息。这是指在计划期间内已定的任务，如计划合同信息。

(3) 查询信息。如人事卡片、设备档案。

(4) 常用的比较稳定的统计信息。

流动信息，即随着企业的活动不断产生、不断变化的信息，如劳动生产率情况、产品产量、质量、设备故障和维修情况等。这类信息稳定性差，通常只能使用一次。

三、企业的信息流

信息流是在人们认识和改造世界的实践中流动着的组织、计划、指导、协调、控制管理以达到预定目标的各种情报、指令、计划、规章制度等的总合。信息流、劳动力组成的人流和生产资料、劳动资料等组成的物流是人类社会的三个基本的流动过程，是一切实践活动的基础。信息流调节着人流和物流的数量、方向、速度、目标，驾驭着人和物进行有目的，有规则的活动。

企业的信息流是由企业信息的流动形成的。在企业整个系统的生产经营活动中贯穿着两种“流动”：一是物流，二是信息流。企业的信息流一方面伴随着物流而产生，另一方面又组织和控制着物流进行符合要求的运动。企业信息流的任何阻塞或中断，都会造成物流的混乱。

企业的信息流有以下一些特点：

1. 按照方向可分为纵向和横向。纵向信息流把上下级部门联系起来。横向信息流把同级的管理部门、单位联系起来，进行不间断的信息传递。

2. 企业的管理部门都是通信网的一个结点，既是上一

级组织的信息流的收集和处理机构，又是下一级组织的信息流的发出机构。

3. 向下的信息流是从上级部门输出，向下级部门输入的指令性信息，自上而下越来越扩展。向上的信息流是从下级机关输出，向上级机关输入的反馈性信息，自下而上越来越浓缩。

4. 企业的信息流是企业的一项重要资源。它既可以开发利用，也可以自生自灭。

企业的信息流，按职能部门可以分为物资信息流，生产信息流，质量信息流，财务信息流，销售信息流等；按信息流的性质可以分为决策信息流，反馈信息流，控制信息流等。各类信息流是互相联系、不可分割的。

在企业管理系统中，所有的部门和工作人员之间都靠信息流来联系。企业的人流、物流是否平衡、合理，在很大程度上取决于信息流是否畅通。

第二节 企业活动与情报信息的作用

一、情报信息在企业活动中的作用

企业活动是社会经济活动的一部分，社会经济活动是不断发生变化的。有量变，也有质变。要使企业随社会需要的变化而变化，就必须善于搜集情报，利用信息，从而不断改进工艺技术，发展新产品；改善经营管理，降低消耗，减少成本，提高产品质量。以达到提高劳动生产率，扩大经营范围，增强经济效益的目的。

情报信息对于企业的作用，主要表现在以下几个方面：

1. 情报信息是企业维持动态平衡的要素

企业内部和企业同环境之间的物质能量交换，伴随着情报信息交换。企业要维持其正常运行的动态有序结构（如产销平衡、均衡生产等），就必须设法收集和利用所需的情报信息，以便对物质能量流进行调整和修正，使之适合于企业的目标。情报信息交换是企业系统进行物质能量交换的先导。

2. 情报信息对企业制定计划，制定经营目标起预测与决策作用

随着经济体制改革的深入，市场竞争加剧，要求企业以最少的劳动消耗，生产出价廉物美、适销对路的产品，以满足市场日益增长的需求，保证企业在竞争中立于不败之地，这就是企业管理的目标。企业管理目标的制定离不开情报信息，情报信息对企业制定计划和经营目标起预测与决策作用。

企业经营决策不仅关系到企业经济效益的大小，而且关系到企业的生死存亡。正确地作出决策，前提在于预测，而预测的依据又在于情报信息。根据搜集的情报信息，分析达到目标的各种有利和不利条件，权衡利弊得失，进而选定组织生产和经济活动的最好方式。所以，情报是企业经营管理的“先行官”，信息是企业决策的依据。

3. 情报在企业的组织、指挥环节中起协调和控制作用

在企业经营计划和目标确定之后，企业管理者的任务就是要组织人、财、物，指挥企业各部门加以实施，使既定工作达到预期目标和最佳状态。当客观情况发生变化时，就要及时、准确地掌握各方面的情报信息，并及时地将经过加工的情报信息反馈到企业管理者手中，使他们能及时采取措施、或者部分地修订原计划方案，或者加强薄弱环节

节，使企业的经营管理始终保持有序化、科学化、效能化。

4. 情报信息对企业技术开发起引导与督促作用

对企业技术开发，情报信息可以从五个方面发挥引导与督促作用，一是节约原材料或寻找新材料；二是节约能源；三是降低劳动消耗或减少费用；四是合理利用资源，提高综合利用水平；五是改革产品结构。

5. 情报信息是促进企业生产发展的依据

企业的生存和发展主要依靠产品的生产和销售。产品生产得多，销售量大，企业才有利润，才有资金积累，才能开发新产品，扩大再生产。而产品的生产和销售又决定于必须获得技术信息、管理信息、法规信息、市场信息等。在商品经济不断发展的今天，一个企业在竞争中要生存和发展下去，就必须重视情报信息，加强情报信息工作，千方百计获得所需情报信息并对各种情报信息进行分析研究作出正确的决策，以便在企业的生产和发展的问题上作出正确的选择。国内外企业靠情报信息由小变大、转危为安、兴旺发达的实例数不胜数。例如，日本的索尼公司原来是一个街道小厂，只有25名工人，几百美元资产和一家简陋的店铺。它靠情报信息起家，在不长的时间内几乎搜集了美国无线电电子学的全部资料，并且摸清了美国市场的需求情况，很快就制成了半导体收音机并打入了世界市场到今天索尼公司已有四万名雇员、年销售额已达50亿美元。情报信息使索尼公司成为闻名世界的大公司；上海塑料行业把企业的“神经末梢”直接与瞬息万变的市场情报相连接，使新产品不断打入国际市场；北京服装三厂依靠情报信息使“长城牌”风雨衣风靡全国；华北光学仪器厂直接与市场接触，摸到市场脉搏，使产品不